



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

## ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÃO AO MARKETING PESSOAL: UM ESTUDO DE CASO DA UNIMONTES

**Autores:** HANIELLE LÉSLIE OLIVEIRA, IZABELLA CRISTINA GUIMARÃES PERES DE FIGUEIREDO, FREDERICO AUGUSTO MALTA RIBEIRO, LAURA KETLEN ALVES ALMEIDA, KAREN LETÍCIA FONSECA

Esse artigo teve por **objetivo** evidenciar a percepção do marketing pessoal pelos acadêmicos do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros. Marketing pessoal é considerado um grupo de ações planejadas que vem para facilitar a conquista do sucesso pessoal, assim como do sucesso profissional (RITOSSA, 2009). Quanto **metodologia**, a abordagem utilizada foi a exploratória, já em relação à técnica, foram aplicados questionários para os acadêmicos do curso de Administração contendo perguntas sobre relacionamento interpessoal, networking, imagem e inteligência emocional. Esta pesquisa teve como foco principal relatar a importância do marketing pessoal para os acadêmicos, obtendo como principal **resultado** que 33,33% dos pesquisados dizem estar sempre atentos a fatores que ameaçam sua imagem pessoal, enquanto 30,16% pouco o fazem. Além disso, pôde-se **concluir** que o presente trabalho contribui para a compreensão do conjunto de ações planejadas que colaboram para a obtenção do sucesso pessoal consequentemente profissional.